



Universidad de Bogotá  
**JORGE TADEO LOZANO**  
ESPECIALIZACION EN GERENCIA DE DISEÑO



Universidad de Nariño

# **Estrategía de implementación de un proceso de certificación de diseño de productos de Pasto que otorgue un Sello de Origen**



---

Hugo Alonso Plazas  
Juliana Martínez Troya  
Ana Patricia Chamorro  
Sergio Calad  
José Luis Hernandez

---

**TUTOR: Carlos Andres Cordoba**

---

Pasto, Diciembre 1 de 2007



# Tabla de Contenido

Resumen Ejecutivo.....	3
Planteamiento del Problema.....	3
Formulación del Problema.....	4
Objetivo General.....	4
Objetivos Específicos.....	4
Justificación .....	5
Hipotesis.....	5
Metodología.....	6
Marco Teórico.....	7
Tradición.....	7
Procesos de Certificación.....	11
Marco Conceptual.....	15
Resultados y Analisis.....	17
Instrumento de Investigación.....	17
Proceso de Certificación.....	22
Protocolo de Evaluación de Empresas.....	25
Cartilla de Promoción.....	26
Curso de Capacitación.....	28
Conclusiones.....	29
Recomendaciones.....	30
Bibliografía.....	31
Anexos.....	32



# Resumen Ejecutivo

El proyecto estrategia de implementación de un proceso de certificación del diseño de Pasto que otorgue un Sello de Origen pretende convertirse en un modelo de gestión de diseño a través del reconocimiento y valoración del diseño de productos de la región suroccidental de Colombia, región que alberga importantes aspectos de tradición manufacturera, creatividad y conocimientos empíricos que le brindan a su producción un distintivo particular. Las empresas de la ciudad a pesar de su gestión individual se enfrentan cotidianamente a la falta de reconocimiento de su identidad por la falta de un soporte que demuestre sus características peculiares. En este sentido el proyecto propone crear un mecanismo de certificación del enfoque de diseño de las empresas de la ciudad que sirva de garantía de la identidad regional, informe a los consumidores de las ventajas de estos productos según su tradición, creatividad y conocimiento, y apoye el discurso de venta de las empresas.

## Planteamiento del Problema

La falta de un respaldo que certifique la historia y tradición de los productos de Pasto, ha hecho que las empresas pierdan oportunidades comerciales que hubieran permitido el reconocimiento en el ámbito regional, nacional e internacional.

Algunos productores de la región han alcanzado reconocimientos nacionales e internacionales en la participación en competencias, ferias, concursos y festivales en los cuales el producto regional se ha destacado por innovación, calidad y técnica, sin embargo estos logros no se ven reflejados en el aumento sostenido en ventas, por el contrario se sigue manteniendo el mismo nivel de producción a lo largo del tiempo, esta afirmación se toma de la experiencia personal de dos integrantes de este grupo, Ana Patricia Chamorro P. y Juliana Martínez Troya, ganadoras del premio Lápiz de acero 2006 en la categoría de Concepto de diseño con el proyecto “Sistema de mobiliario versátil para espacios habitacionales reducidos”, este fue un reconocimiento nacional del diseño realizado en Pasto, sin embargo no se obtuvo ningún resultado en cuanto a ventas o expansión de mercado del proyecto en particular, ni de los productos de sus



empresas respectivamente, para confrontar esta afirmación con la realidad de otros diseñadores y artesanos de la ciudad, se utilizarán instrumentos de evaluación como la entrevista y así de esta manera conocer otras experiencias; frente a esta situación se hace notorio que el reconocimiento en los ámbitos especializados no tiene una relación directa con la comercialización de los productos y es necesario desarrollar un instrumento que le proporcione al consumidor una información fundamental acerca de las cualidades de los productos diseñados en Pasto, como son el diseño, la tradición, la historia y los reconocimientos que hayan podido recibir y se puedan aprovechar como un factor de éxito.

## Formulación del Problema

¿Bajo que mecanismos se puede implementar un proceso de certificación del diseño de productos de Pasto que otorgue un Sello de Origen?

## Objetivo General

Implementar un proceso de certificación del diseño de productos de Pasto que otorgue un Sello de Origen.

## Objetivos Específicos

1. Indagar acerca de la pertinencia de la implementación de un proceso de certificación del diseño de productos de Pasto.
2. Desarrollar un proceso de certificación del diseño de productos de Pasto.



# Justificación

El desarrollo de este proyecto se justifica sobre la base del reconocimiento del diseño de productos de las empresas de Pasto, como elemento de identidad, factor de diferenciación y valor agregado. El reconocimiento pasa en primera instancia por el autoreconocimiento y auto valoración de sí mismos, las capacidades actuales y los procesos de mejoramiento continuo para alcanzar niveles ideales en el diseño de los productos. La construcción de un Sello de Origen Diseñado en Nariño señala paradigmas de calidad de diseño tanto en productos como en la integralidad de la empresa, lo cual funciona como sustento para el mejoramiento constante hacia estos paradigmas. En este sentido el Sello propicia la integración del diseño como factor estratégico en las empresas de la ciudad y sirve de puente de contacto con el cliente. Este último, quien en última instancia es el directo beneficiado recibe del Sello información confiable acerca del Origen del producto y sus características de diseño en los paradigmas que éste señala.

# Hipótesis

La implementación de un sello de identidad regional para la certificación de productos de diseño de Pasto, viabilizará la comercialización de estos productos en los ámbitos regional, nacional, internacional, brindando respaldo al productor, garantía al usuario y conocimiento y valor de la tradición manufacturera de la región.

Con el posicionamiento del producto de Pasto se permitirá la apertura de mercados, canales de comercialización y aumento sostenido de ventas, gracias a la aceptación y conocimiento que la estrategia de certificación brindará del mismo.



# Metodología

## RECOPILACIÓN DE INFORMACIÓN SECUNDARIA:

- Revisión bibliográfica.

## ENTREVISTAS DE PROFUNDIDAD:

- Experto en procesos de certificación
- Empresarios.

## ANÁLISIS DE RESULTADOS:

- Desarrollo de un proceso de certificación
- Creación de un protocolo de evaluación de empresas
- Desarrollo de una cartilla de promoción del proceso de certificación
- Programación de un curso de introducción y capacitación en el proceso de certificación



# Marco Teórico

Para abordar de manera sintética el estudio de las variables implícitas en un proyecto de implementación de un sello de origen recurrimos al análisis de dos factores, por una parte el estudio de voces reconocidas que nos hablan de la tradición manufacturera de la región de Pasto y Nariño y las justificaciones que nos permiten entender al diseño de la región como un legado de la tradición y una convicción que refuerza la identidad regional. Así mismo abordamos el estudio de tres procesos de certificación como lo son, el proceso de certificación de gestión de la calidad ISO:9000, el proceso de certificación de programas de educación superior del Consejo Nacional de Acreditación CNA del Ministerio de Educación Nacional y el Sello Hecho en México. El estudio se divide por ítems de autor en tanto consideramos que cada uno aporta elementos importantes para completar la visión global del estudio.

## 1. Tradición

### 1.1 Gloria Stella Barrera y Ana Cielo Quiñónez

Las autoras realizan la reseña histórica de dos de las manifestaciones más importantes en la región nariñense<sup>1</sup>, por una parte, el barniz de Pasto, que según los hallazgos encontrados en la zona capulí permiten suponer que se trabajaba desde la época precolombina. Y de la misma forma, se puede aseverar que las culturas precolombinas, específicamente cultura Nariño, trabajaban los oficios de la madera como la talla, las herramientas o artefactos y algunos muebles como bancos y taburetes. Se realiza un recuento de los hallazgos en ambas técnicas dejando de presente las apariciones reiteradas de formas provenientes de la imaginación popular y religiosa.

Para hacer una aproximación histórica al barniz de Pasto, Barrera y Quiñónez referencian estudios de Maria Victoria Uribe (1977), y Clemencia Plazas que señalan el desarrollo de las culturas prehispánicas en la región sur de Colombia y su relación con la zona norte de Ecuador, y como hubo hallazgos de discos rotatorios en los ajuares fúnebres caracterizados por el uso del positivo y el negativo, que al parecer pudieron realizarse a través de una técnica que vinculara a la resina del mopa – mopa en su elaboración.

<sup>1</sup> Barrera, Gloria Stella y Quiñónez, Ana Cielo; Conspirando con los artesanos: crítica y propuesta al diseño en la artesanía; Editorial Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 2006.



Continuando con el recuento histórico, se hace una revisión de cronistas acerca de la presencia de la técnica de barniz de Pasto en lugares como Timana (sur del Huila), donde Fray Pedro Simon (1623), reseña en su crónica la decoración de “cosas de palo” con esta técnica. Así mismo, Don Manuel de Santiesteban (1741), registra la actividad del “barniz” en la ciudad de Pasto haciendo un recuento de su proceso. Nina de Friedemann (1985), por su parte, hace un registro de una pieza encontrada en Quito y fechada en 1709, que pos sus características formales regenta una estética propia del viejo mundo, no obstante un disco en su parte superior que en sus características estilísticas asemeja la cultura Piartal – Tuza, y a su vez esta elaborada en barniz blanco y negro, lo que a la postre demuestra el grado de hibridación presente en la configuración visual de la cual fue objeto esta técnica.

Entrando en el siglo XIX y con el boom del naturalismo en el nuevo mundo llega a Pasto Boussingault (1831), quien describe el oficio del “barniz” y experimenta con este para conocer su composición química, alcanzando a afirmar que consiste en una tradición proveniente de épocas anteriores a la conquista. Manuel María Paz, uno de los ilustradores de la Comisión Corográfica elaboró a mediados del siglo XIX un grabado de un taller de elaboración del barniz de Pasto, en él se detalla el trabajo de los indios la disposición de los elementos en el taller y los tipos de objetos dispuestos a la venta. De la misma forma Edouard André, naturalista francés que visitó la ciudad en el año 1874, reconoce que el barniz de Pasto es una de las principales actividades económicas de la ciudad. Las autoras sostienen que “la decoración con motivos florales y castillos, así como la técnica del barniz brillante caracterizó a los objetos de esta época [siglo XIX]. Entre los objetos se encuentran cajas, cofres y vasos”<sup>2</sup>.

Ya en el siglo XX se encuentra la continuidad en el uso de motivos florales que al paso de las nuevas décadas fueron transformándose al adoptar formas antropomorfas como tema central de sus composiciones en los años 40 y 50, lo anterior bajo la dinámica de la prospera empresa Waldaka. En los años 70 Artesanías de Colombia se vincula con los artesanos de la ciudad ofreciendo asesorías de artistas reconocidos como Carlos Rojas, quien enfrenta a los artesanos con el desarrollo de motivos que recuperen los motivos florales y el valor cromático de la antigüedad y perdido con el monopolio de Waldaka. Los artesanos con el apoyo de Artesanías de Colombia despiertan hacia rumbos de expresión de tipo personal y al uso de una mayor cantidad de contenedores tridimensionales. En 1996 y con el establecimiento del Laboratorio Colombiano de Diseño de Artesanías de Colombia se dinamizan las posibilidades creativas de los artesanos del barniz al introducirlos en la elaboración de productos utilitarios con decoraciones florales, paisajísticas, entre otras.

Ahora y en cuanto a los oficios de la madera, se comienza con un recuento de los hallazgos realizados por María Victoria Uribe (1986) de artefactos y tallas realizadas en madera de chonta, así como taburetes y bancas pertenecientes a los caciques de la región en la época prehispánica. Otros hallazgos de muestran el trabajo en la elaboración de lanzas, bastones tallados y tallas representando animales, especialmente el mono que el parecer es el animal con mayor interés cosmogónico.

En la época colonial las nuevas necesidades espaciales y habitacionales para europeos y al estilo europeo ocuparon una porción del trabajo del indígena esclavizado con adiestramiento de carpinteros, ebanistas y talladores europeos. De la misma forma, a través de la influencia de la Escuela Quiteña de artes y oficios se traslado al plano

<sup>2</sup> Ibidem, p. 72.





regional el trabajo de talla de madera de imágenes religiosas. La escultura quiteña, herencia de las escuela Granadina y Sevillana, gozó de una reconocida popularidad que implicó su imitación en los talleres pastusos de la época. Las imágenes se caracterizan por el brillo de la policromía, técnica realizada con bastante dedicación, detalle y cuidado, y la aplicación de láminas de oro muy delgadas. Según Francisco Gil Tovar (1975), no existía diferencia entre un pintor de cuadros y un pintor de esculturas, hasta el punto de ser labores complementarias en el cotidiano de los artesanos dado el nivel de detalle y minucia en ambos oficios. Durante los siglos XVI y XVII y entrado el XVIII, el mueble elaborado en la Nueva Granada seguía el tipo renacentista de diseño andaluz y castellano, de formas sencillas, de madera sin pintar, con incrustaciones, espaldar en cuero repujado y tapicería en terciopelo.

En el siglo XIX Pasto se reconoce como ciudad productora de diversos tipos de productos en madera, generando un espacio amplio de participación en la economía de la ciudad demostrado a través del padrón de 1851, que señalaba un buen número de personas dedicadas a este oficio.

De la misma forma que en el caso anterior, la empresa Waldaka fue un impulso, a mediados del siglo XX, de la producción de piezas en madera para la exportación, especialmente con mesas auxiliares, bandejas, repisas, ceniceros, entre otros. En la década de los 70 se da el boom de la producción de mobiliario al estilo Luis XV. Aparece en la escena Artesanías de Colombia que hace la propuesta de hacer diversificaciones de productos con la introducción de figuras zoomorfas y antropomorfas.

## 1.2 Osvaldo Granda

Granda contextualiza la producción artística del siglo XIX con las constantes guerras vividas en esta época<sup>3</sup>, lo que llama el siglo de las revoluciones en el sur de Colombia y de transición. En este marco se desarrolla una disminución en la producción artesanal y artística debido al uso de la mano de obra para la batalla. Los constantes flujos independentista y realista de la primera parte del siglo XIX generaban inestabilidad en el contexto general, salvándose, sin embargo, algunas relaciones comerciales con Quito y en especial con los doradores quiteños. Como dato curioso se resalta que el caudillo pastuso Agustín Agualongo, era uno de los pintores más reconocidos de la época. Posterior a la guerra de independencia Pasto vive una época de paz y desarrollo artesanal trastornada sólo por el terremoto de 1834 y la guerra civil de Obando en 1839. La región sufre un aislamiento comercial que determina su autoabastecimiento, el artesano es el principal actor social en la medida que es el que produce los objetos de consumo de la época. De los oficios artesanales del momento se destacan la platería, oficio que declina dramáticamente en el siglo XX hasta su completa desaparición en la ciudad. Se reseña el censo de 1867 que demuestra la variedad de oficios artesanales utilitarios, no decorativos existentes en la ciudad. La primera parte del siglo XIX se destaca por la mimesis formal y el uso repetido de imágenes provenientes de las estampas religiosas. Con el impulso interno que la ciudad adquiere a lo largo de la segunda mitad del siglo XIX y la cantidad de oficios existentes en la ciudad Pasto hacia el año 1894 alcanza a ser la tercera ciudad de Colombia detrás de Bogotá y Barranquilla. Granda cita a Alejandro Santander (1896) en su Corografía de Pasto quien dice:

<sup>3</sup> Granda, Osvaldo; Notas sobre el arte en Pasto en el siglo XIX; Editorial Universidad de Nariño, Pasto, 2000.



“Las manifestaciones de la industria y el trabajo en general, son las que hacen figurar esta ciudad en el tercer lugar que le asignan los geógrafos y viajeros, entre las demás de la República; tiene en efecto, talleres de carpintería, ebanistería, sastrería, talabartería, zapatería, tenería, herrería, cerrajería, platería, fundición en metales, alpargatería, sombrererías de paja y lana, hojalatería, alfarería, peinería, albañilería, modistería, tintorería, escultura, pintura al óleo y de barniz, cigarrería, tornería de rosarios, cruces, tejidos de lana, algodón y fique o cabuya, para tapices, sacos de transporte, en cada uno de estos talleres sobresalen los artesanos, cuya fama ha pasado los límites de la provincia y aún de la república...”

“Comprueban la afirmación anterior, las exposiciones nacional Colombiana verificada en 1871, la Universal celebrada en Roma en 1887...” 4

Granda concluye que “la certificación hecha de pintores y escultores nos demuestra la práctica y la existencia de un arte local frente a la gran mayoría de obras escultóricas, relieves, artesonados y hasta pinturas que están en iglesias y colecciones privadas de indiscutible origen quiteño. Razón esta para que cobren validez el registro de obras atribuidas a autores pastusos, y que nos permiten hablar de una incipiente “escuela” nativa.” 5

Debido al apogeo en el ámbito artesanal y artístico de la ciudad de Pasto en 1887 el gobierno ordeno establecer en Pasto la Escuela de artes y oficios dando origen a “...una nueva era para los habitantes del sur”6.

El siglo XIX fue de transición dentro del arte, la artesanía y la arquitectura al pasar del barroco y el neoclásico al retratista; desaparecen gremios de plateros y tejedores para después ver el surgimiento del barniz de Pasto.

### 1.3 Germán Zarama Vásquez

Reconocido autor pastuso que desde la visión del desarrollo social analiza las manifestaciones culturales de la región. El autor hace un paneo antropológico cultural del Carnaval de Negros y Blancos de la ciudad de Pasto<sup>7</sup>, buscando reflejar los actores, dinámicas y representaciones que hacen parte del fenómeno colectivo implícito en él.

Zarama estudia los aspectos sociales y culturales de la artesanía del Carnaval en la cual expresa que “...el artesano crea una cultura técnica manual. Con la forma en que ejerce su oficio, con su cuerpo y sus útiles, entreteje un modo de percibir e integrarse al mundo muy específico que adquiere las dimensiones de un verdadero comportamiento cultural. La personalidad del artesano es muy peculiar si la comparamos con la del campesino u obrero”<sup>8</sup>.

Se encuentra que en el Carnaval se conjugan los elementos característicos y valores de la cultura local, consolidan la esencia de la identidad regional, oxigenan la cultura, nutre procesos creativos, propicia comportamientos lúdicos, perfecciona aptitudes, desarrolla actitudes, particulariza un saber hacer manual, ofrece placer y goce, motivan la participación, convocan al otro yo inhibido, despiertan el subconsciente colectivo y fortalecen el espíritu humano. A partir de lo anterior Zarama entiende que los artesanos se convierten en los paladines del sentimiento de su pueblo, siendo el orgullo de una raza dignificada por su trabajo, su espíritu y su fuerza, y el Carnaval la demostración más auténtica de la identidad local y regional.

4 Cita del autor al naturalista Alejandro Santander en Corografía de Pasto, 1896.

5 Ibidem, p. 34.

6 Ibidem, p. 35.

7 Zarama Vásquez, Germán; Sombras y Luces del Carnaval de Pasto; Editado por el autor, Bogotá, 1999.

8 Ibidem, p. 31.



## 2. Procesos de Certificación

### 2.1. ISO:9000 Calidad

La normalización internacional se realiza con base en un amplio criterio, no sólo se refiere a la legislación comunitaria de productos o servicios, sino pretendiendo ser un método para asegurar la economía, ahorrar gastos, evitar el desempleo y garantizar el funcionamiento rentable de las empresas. Las organizaciones deben tener un sistema de calidad más eficiente cada día, que integre todas las actividades que pudieran afectar la satisfacción de las necesidades explícitas y tácitas de sus clientes. Es por esta razón que surgió la necesidad de normalizar la forma de asegurar la calidad. El organismo Internacional de Normalización, ISO, (International Organization for Standardization), fue creado en 1947 y cuenta con 91 estados miembros, que son representados por sus organismos nacionales de normalización. La ISO trabaja para lograr una forma común de conseguir el establecimiento del sistema de calidad, que garantice la satisfacción de las necesidades y expectativas de los consumidores.

A comienzos del año 1980 la ISO designó una serie de comités técnicos para que trabajaran en el desarrollo de normas comunes que fuesen aceptadas universalmente. El resultado de este trabajo fue publicado siete años más tarde a través del compendio de normas ISO 9000, posterior a la publicación de la norma de aseguramiento de la calidad-vocabulario (ISO 8402), que fue dada a conocer en 1986.

El diario oficial de las comunidades europeas, el 28 de Enero de 1991, publicó una comunicación que fue también nombrada el Libro Verde de la normalización. Este importante documento no sólo fue un marco de referencia para Europa, sino también para las comunidades que negocian con

ellos, como el caso de Mercosur, con esto se exige o sus proveedores que sean auditados y certificados bajo los lineamientos de la ISO 9000. La frecuencia que ISO estableció para la revisión y actualización de la serie ISO 9000 fue de cinco años.

#### OBJETIVOS DE LAS ISO 9000.

1. Proporcionar elementos para que una organización pueda lograr la calidad del producto o servicio, a la vez que mantenerla en el tiempo, de manera que las necesidades del cliente sean satisfechas permanentemente, permitiéndole a la empresa reducir costos de calidad, aumentar la productividad, y destacarse o sobresalir frente a la competencia.
2. Proporcionar a los clientes o usuarios la seguridad de que el producto o los servicios tienen la calidad deseada, concertada, pactada o contratada.
3. Proporcionar a la dirección de la empresa la seguridad de que se obtiene la calidad deseada.
4. Establecer las directrices, mediante las cuales la organización, puede seleccionar y utilizar las normas.



## FAMILIA ISO 9000

NORMA	AÑO	CONTENIDO
8402	1986	Gestión y aseguramiento de la calidad
9000	1987	
9000-1	1987	Norma para la gestión y aseguramiento de la calidad - Parte 1
9000-2	1993	Norma para la gestión y aseguramiento de la calidad - Parte 2
9000-3	1991	Norma para la gestión y aseguramiento de la calidad - Parte 3
9000-4	1993	Norma para la gestión y aseguramiento de la calidad - Parte 4
9001	1987	Sistema de calidad
9002	1987	Sistema de calidad
9003	1987	Sistema de calidad
9004-1	1987	Gestión de la calidad y elementos del sistema de calidad - Parte 1
9004-2	1991	Gestión de la calidad y elementos del sistema de calidad - Parte 2
9004-3	1993	Gestión de la calidad y elementos del sistema de calidad - Parte 3
9004-4	1993	Gestión de la calidad y elementos del sistema de calidad - Parte 4
9004-5	PC	Gestión de la calidad y elementos del sistema de calidad - Parte 5
9004-6	PT	Gestión de la calidad y elementos del sistema de calidad - Parte 6
9004-7	PNI	Gestión de la calidad y elementos del sistema de calidad - Parte 7
9004-8	NP	Gestión de la calidad y elementos del sistema de calidad - Parte 8
PC = Proyecto de comité ; PT = Proyecto de trabajo		
10011-1	1990	Lineamientos para auditar sistemas de calidad- Parte 1
10011-2	1991	Lineamientos para auditar sistemas de calidad- Parte 2
10011-3	1991	Lineamientos para auditar sistemas de calidad- Parte 3
10012-1	PT	Requerimiento de aseguramiento para equipos de medición
10013	PNI	Lineamientos para la elaboración de manuales de calidad
10014	PT	Aspectos económicos de la calidad
10015	NP	Educación continua y lineamientos para la capacitación

La norma ISO 9000 contiene las directrices para seleccionar y utilizar las normas para el aseguramiento de la calidad, es decir, es la que permite seleccionar un modelo de aseguramiento de calidad, entre las que se describen las ISO 9001/9002/9003. La norma ISO 9004. establece directrices relativas a los factores técnicos, administrativos y humanos que afectan a la calidad del producto, es decir, establece directrices para la gestión de la calidad. La norma ISO 9004-2 establece directrices relativas a los factores técnicos, administrativos y humanos que afectan a la calidad de los servicios, es decir, se refiere especialmente a los servicio.

Las normas ISO 9001/9002/9003 establecen requisitos de determinan que elementos tienen que comprender los sistemas de calidad, pero no es el propósito imponer uniformidad en los sistemas

de calidad. Son genéricas e independientes de cualquier industria o sector económico concreto. Las tres normas tienen igual introducción y antecedentes, pero en lo referido a los requisitos del sistema encontramos diferencias. La primera diferencia es relativa al número de temas, y la segunda es 'relativa a la exigencia. La más completa es la 9001. mientras que la 9003 es la mas escueta y sencilla.

Otra diferencia la encontramos en el objeto y campo de aplicación que detallamos a continuación:

ISO-9001: especifica los requisitos que debe cumplir un sistema de calidad, aplicables cuando un contrato entre dos partes exige que se demuestre la capacidad de un proveedor en el diseño, desarrollo, producción, instalación y servicio posventa del producto suministrado, con la finalidad de satisfacer al cliente.



ISO-9002: especifica los requisitos que debe cumplir un sistema de calidad, aplicables cuando un contrato entre dos partes exige que se demuestre la capacidad de un proveedor en la producción, Instalación y servicio posventa del producto suministrado, con la finalidad de satisfacer al cliente.

ISO-9003: especifica los requisitos que debe cumplir un sistema de calidad, aplicables cuando un contrato entre dos partes exige que se demuestre la capacidad de un proveedor en la inspección, y ensayos finales del producto suministrado, con la finalidad de satisfacer al cliente.

### OCHO PRINCIPIOS BASICOS

1. Organización enfocada a los clientes las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto comprender sus necesidades presentes y futuras, cumplir con sus requisitos y esforzarse en exceder sus expectativas.
2. Liderazgo Los líderes establecen la unidad de propósito y dirección de la organización. Ellos deben crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente para lograr los objetivos de la organización.
3. Compromiso de todo el personal El personal, con independencia del nivel de la organización en el que se encuentre, es la esencia de la organización y su total implicación posibilita que sus capacidades sean usadas para el beneficio de la organización.
4. Enfoque a procesos Los resultados deseados se alcanzan más eficientemente cuando los recursos y las actividades relacionadas se gestionan como un proceso.
5. Enfoque del sistema hacia la gestión Identificar, entender y gestionar un sistema de procesos interrelacionados para un objeto dado, mejora la eficiencia y la eficacia de una or-

ganización.

6. La mejora continua la mejora continua debería ser el objetivo permanente de la organización.
7. Enfoque objetivo hacia la toma de decisiones Las decisiones efectivas se basan en el análisis de datos y en la información.
8. Relaciones mutuamente beneficiosas con los proveedores Una organización y sus proveedores son independientes y una relación mutuamente benéfica intensifica la capacidad de ambos para crear valor y riqueza.

## 2.2 CNA

El Sistema Nacional de Acreditación de la Educación Superior de Colombia fue creado por la Ley 30 de 1992 con el objetivo fundamental de garantizar a la sociedad que las instituciones que hacen parte del Sistema cumplen los más altos requisitos de calidad y realizan sus propósitos y objetivos.

La Acreditación es un testimonio que da el Estado sobre la calidad de un programa o institución con base en un proceso previo de evaluación en el cual intervienen la institución, las comunidades académicas y el Consejo Nacional de Acreditación.

### El Consejo Nacional de Acreditación CNA

El Consejo Nacional de Acreditación, creado como organismo académico por la Ley 30 de 1992, está compuesto por 7 académicos. Este Consejo orienta el proceso de acreditación, lo organiza, lo fiscaliza, da fe de su calidad y finalmente recomienda al Ministro de Educación Nacional acreditar los programas e instituciones que lo merezcan.





### Acreditación de Alta Calidad

El Sistema Nacional de Acreditación, creado por la Ley 30 de 1992, inició su implantación con la acreditación de programas académicos, en este momento ya se adelantan procesos de acreditación institucional. Con la implantación de este Sistema, se garantizará a la sociedad que los programas académicos y las instituciones de educación superior que pertenecen a él cumplen con los más altos requisitos de calidad y realizan los propósitos y objetivos que han declarado tener.

### Objetivos de la Acreditación de Alta Calidad

El proceso de acreditación de programas tiene los siguientes objetivos:

1. Ser un mecanismo para que las instituciones de educación superior rindan cuentas ante la sociedad y el Estado sobre el servicio educativo que prestan.
2. Ser un instrumento mediante el cual el Estado da fe pública de la calidad de los programas de educación superior.
3. Brindar información confiable a los usuarios del servicio educativo del nivel superior y alimentar el Sistema Nacional de Información creado por la Ley.
4. Propiciar el mejoramiento de la calidad de la Educación Superior.
5. Propiciar la idoneidad y la solidez de programas académicos de educación superior.
6. Señalar un paradigma de calidad a los programas de educación superior colombianos.
7. Ser un incentivo para los académicos, en la medida en que permita objetivar el sentido y la credibilidad de su trabajo y propiciar el reconocimiento de sus realizaciones.
8. Promover en las instituciones la verificación del cumplimiento de su misión, sus propósitos y sus objetivos en el marco de la Constitución

y la Ley, y de acuerdo con sus propios estatutos

### Criterios sobre los cuales funciona el sistema

1. Universalidad
2. Integridad
3. Equidad
4. Idoneidad
5. Responsabilidad
6. Coherencia
7. Transparencia
8. Pertinencia
9. Eficacia
10. Eficiencia

### Factores de evaluación de Programas de Educación Superior

1. FACTOR No. 1. Características asociadas a la misión y al proyecto
2. FACTOR No. 2. Características asociadas a los estudiantes
3. FACTOR No. 3. Características asociadas a los profesores
4. FACTOR No. 4. Características asociadas a los procesos académicos
5. FACTOR No. 5. Características asociadas al bienestar institucional
6. FACTOR No.6. Características asociadas a la organización, administración y gestión.
7. FACTOR No. 7. Características asociadas a los egresados e impacto sobre el medio
8. FACTOR No. 8. Características asociadas a los recursos físicos y financieros

## 2.3. Sello Hecho en México

Con el objetivo de fortalecer el mercado interno y la producción nacional, al lograr la permanencia en la memoria de los consumidores respecto de



los productos hechos en México, el Gobierno Federal publicó en el Diario Oficial de la Federación del 26 de abril de 2004 el Acuerdo por el que se dan a conocer los logotipos "HECHO EN MÉXICO", cuyas especificaciones, descripción y características se establecen en el Pliego de Condiciones para el emblema "HECHO EN MÉXICO"

### **Autorización de uso de los logotipos**

Los usuarios, podrán solicitar por escrito a la Secretaría de Economía, a través de las Delegaciones, Subdelegaciones y Oficinas de Servicios o de la Dirección General de Normas, la solicitud de autorización de uso de los logotipos denominados "HECHO EN MÉXICO". El oficio de autorización donde conste la licencia en cita será otorgado por conducto de las Delegaciones, Subdelegaciones y Oficinas de Servicios o la Dirección General de Normas de la Secretaría de Economía.

## **Marco Conceptual**

Los trece ítems que se presentan a continuación corresponden a las características identificadas como factores del diseño de productos de Pasto y sobre los cuales se ha realizado un análisis de categorización para entenderlos a partir de tres núcleos básicos y diez características particulares. Los significados desarrollados para cada ítem son el resultado de múltiples discusiones y asesorías obtenidas a lo largo del desarrollo de este trabajo y reflejan la visión del grupo de desarrollo de este proyecto de investigación.

### **A. CREATIVIDAD**

Estímulo permanente por todos los aspectos de creación e invención de la empresa y el producto. Se asimila en las fases de producción de la empresa a las relacionadas con el diseño de nuevos productos y su promoción, en la cual sin perder de vista los referentes del sector industrial crean nuevos conceptos, visiones, y/o productos, que con cierta regularidad renuevan la oferta de la empresa. Se relaciona con los conceptos de innovación, diseño y comunicaciones.

#### **A.1. INNOVACION**

Evolución constante en el manejo de técnicas y materiales para el diseño de productos, se entiende a la vez como la renovación cons-



tante de colecciones, líneas y productos para responder a las exigencias del mercado.

## **A.2. DISEÑO**

Vinculación del diseño a la cadena productiva. Uso de conceptos coherentes representados en los productos como función y forma. Apropiación de los conceptos de las tendencias del diseño para el diseño de los productos

## **A.3. COMUNICACIONES**

Todo lo relacionado con Imagen corporativa, identificación de líneas, colecciones, productos; material de promoción y publicidad. El espacio de contacto con proveedores y clientes.

## **B. TRADICION**

Transmisión de características provenientes de generaciones anteriores a través de la herencia cultural, la tradición oral, el legado de técnicas y manejo de materiales propios de la región. El factor regional como elemento que enmarca y define la producción desde tiempo ancestrales. Mecanismos de transmisión de la tradición como la familia.

## **B.4 HERENCIA**

Como se aprecia la herencia de la tradición manufacturera de la región en diseño de los productos de la empresa a través de técnicas tradicionales, uso de materiales históricamente propios de la región, que son apropiadas por la empresa para el diseño de nuevos productos.

## **B.5 CONTEXTO**

Relación de contexto de la región con los productos elaborados por la empresa. La forma en que la empresa adopta características particulares provenientes de la cultura y el paisaje para diseñar y producir sus productos por medio de motivo, materiales, herramientas, técnicas.

## **B.6. FAMILIA**

Se reconoce el núcleo familiar nariñense como la

base de la unidad productiva en las empresas de la región, sin necesidad de ser excluyentes las empresas que vinculan familiares a los procesos productivos son más propensas a cultivar la tradición.

## **C. CONOCIMIENTO**

Acumulación de saberes de la tradición, de la tecnología, y/o desarrollados personalmente, que permiten a la empresa producir bajo unas características específicas. Representa el entendimiento alcanzado sobre los procesos de producción, comercialización, y creación de nuevos productos.

## **C.7. SABER HACER**

Entendido como la base productiva y de diseño para la empresa. Se caracteriza por el conjunto de técnicas, herramientas y procesos que la parte productiva de la empresa adquiere del conocimiento universal.

## **C.8. EMPIRISMO**

Reconocido como el valor particular que el área productiva de la empresa le adhiere al producto al adaptar técnicas, tecnologías, procesos o herramientas en el proceso, fruto de la inventiva personal y capitalizada al interior de la empresa en la cadena.

## **C.9. TRAZABILIDAD**

Como posibilidad de recoger los sucesos que llevaron a la creación y puesta en el mercado de los productos de la empresa a partir de documentos susceptibles de ser verificados.

## **C.10. TECNOLOGIA**

Apropiación de tecnologías para el área productiva y comercial de la organización. Entre estas se valora la adquisición de maquinaria, herramientas, procesos y tecnologías de la información que el mundo actual de los negocios exige como base competitiva.





# Resultados y Análisis

## 1. Instrumento de Investigación

Se crea un instrumento de investigación cualitativo basado en la metodología de entrevista de profundidad con el fin de indagar acerca de la pertinencia de la implementación de un proceso de certificación del diseño de productos de Pasto y constatar las necesidades de las empresas de la región enfocadas al diseño junto con las voces de profesionales expertos en distintos procesos de certificación.

A través de la aplicación de este instrumento recogeremos la percepción general de los productores acerca de los procesos de certificación, y en especial sobre la implementación de un proceso de certificación del diseño de productos. Adicional a esto recogeremos impresiones y conceptos de especialistas en el tema de certificación, entendiendo que estos son personas que han actuado como certificadores, evaluadores, o empresarios que hayan pasado este proceso. En este sentido, podremos tener un panorama de la certificación en la región y como estos son asumidos por cada una de las partes. A la vez, nos permite confrontar nuestro proyecto con la características de la región y los productores de la misma.

### Metodología

Aplicación de 9 entrevistas, 5 a empresarios y 4 a expertos en certificación; durante el mes de Octubre de 2007. La duración de cada entrevista es de aproximadamente 45 minutos, basado en un set de preguntas prediseñadas en el instrumento.

### Instrumento

Entrevista 1 a empresarios de la región

1. ¿Qué productos elabora su empresa?
2. ¿Qué productos o procesos están certificados?
3. ¿Por qué decidió certificarse? ¿Expectativas?
4. ¿Cuál de los procesos de certificación eligió?
5. ¿Considera que fue el adecuado?
6. ¿Cómo fue el proceso de certificación?
7. ¿Cuál fue el paso más largo o complicado?
8. ¿Qué beneficios le ha traído hasta el momento la certificación?
9. ¿Ha tenido beneficios económicos?



10. ¿Su empresa o productos cuenta con algún reconocimiento o premio nacional o internacional de diseño?
11. ¿Estos reconocimientos le han traído otros beneficios económicos, más premios, prensa gratuita, etc.?

#### Entrevista 2 a expertos en certificación

1. ¿En qué procesos de certificación ha participado?
2. ¿Cuál ha sido su rol en estos procesos?
3. ¿En qué entidades se ha desempeñado en el proceso de certificación?
4. ¿Qué es un proceso de certificación?
5. ¿Cuáles son los beneficios de los procesos de certificación? ¿Por qué es importante?
6. ¿Para qué certificar una empresa?
7. ¿Cuándo una empresa debe certificarse, cual es el mejor momento?
8. ¿Cuánto cuesta el proceso de certificación?
9. ¿Cuánto tiempo toma?
10. ¿Conoce procesos de certificación de diseño?
11. ¿Considera pertinente implementar un proceso de certificación del diseño de productos de Pasto?
12. ¿Qué beneficios cree usted que una empresa de diseño recibirá específicamente?

## Conclusiones Empresarios

### Pertinencia de un proceso de certificación de diseño en Pasto

Los empresarios entrevistados demuestran mucho interés en la creación de este sello de origen por ejemplo: Liliana Montero propietaria de Limón Piel dice: “un certificado le da una imagen de seriedad mayor a la empresa, cuando uno presenta una empresa como certificada tiene mas credibilidad por parte del comprador”. En el caso de Khu-

mana joyería dice “me gustaría estar allí porque se supone que están los mejores productos y porque siempre es bueno tener el respaldo de un sello que garantice calidad, diseño e innovación.” La Asociación de Ecotema comentan que han tenido algunos tropiezos por la falta de un sello de origen o de calidad para trabajar con los almacenes de cadena, por tal razón les parece muy importante la creación del mismo. Existen también algunas dudas en los empresarios acerca de los beneficios que este sello les pueda traer como el caso de Soley Enríquez, Gerente de Nariño en Arcilla quien expresa “aunque no creo que incida demasiado en las ventas, sería un punto de apoyo más para dirigirse al cliente, se puede afianzar más al cliente y la negociación”. Dentro de los encuestados se encuentra la empresaria Gladis Obando propietaria de la empresa Barniz Obando quienes se encuentran certificados con un sello de hecho a mano y quien afirma que “Como empresa se adquieren unos beneficios como calidad, reconocimiento, incremento en las ventas principalmente además es importante por que no todos los artesanos de Nariño lo tienen y eso es un factor que nos distingue del resto”.

### Participación en procesos de certificación de otras características

Los empresarios están enterados de procesos de certificación a través de Contactor, Sena y Laboratorio Colombiano de Diseño, algunos de ellos comenzaron el proceso o por lo menos a preparar sus empresas mejorando los procesos y los pasos que los certificadores evalúan, no continuaron por factores económicos o porque acordar reuniones entre los empresarios fue complicado, sin embargo son concientes que los procesos de certificación dentro de sus empresas generarían un factor diferenciador importante y un respaldo con los compradores y frente a la competencia y les podría servir para acceder a nuevos mercados.



### **Beneficios de los sellos de certificación en la comercialización de productos**

De las empresarias entrevistadas solamente una, Gladis Obando, cumplió todo el proceso de certificación para Hecho a Mano de Icontec y Artesanías de Colombia, los demás iniciaron el proceso pero por diferentes circunstancias no pudieron completarlo, Liliana Montero y Ecotema, con Iso gestión de calidad, y una empresaria no ha iniciado ninguno de los procesos. En cuanto a los beneficios que los sellos de certificación otorgan al empresario se encuentran tres: aumento en ventas, apertura de mercados y fortalecimiento de la imagen de la empresa. En cuanto a l primer beneficio Gladis Obando menciona: "... se han incrementado las ventas tanto nacionales como internacionales [...] todavía se espera conseguir esta información hasta el cierre de este año en donde se podrá obtener un porcentaje específico pero de todas maneras si se ha determinado un incremento". Por otra parte se perciben los procesos de certificación como una necesidad para acceder a almacenes de cadena, al respecto Matilde Graciela de Ecotema dicen: "... porque ya lo exigen, ya la exigencia, por ejemplo ya las cadenas grandes como es Éxito, como es Carrefour y todas esas entidades ya lo exigen". Como último aspecto en cuanto a los beneficios de los sellos encontramos que otorgan un fortalecimiento de la imagen de la empresa, Liliana Montero comenta: "Pienso que si porque la da una imagen de seriedad mayor a la empresa ... cuando uno presenta una empresa como certificada tiene mas credibilidad por parte del comprador".

### **Reconocimientos recibidos por premios o distinciones**

Los empresarios entrevistados han recibido varias distinciones por el diseño y calidad de sus productos, en concursos y convocatorias de sectores

especializados, y en participaciones en eventos internacionales donde han sido seleccionados para representar a Colombia. Al respecto Soley Enriquez nos dice: "Prensa y televisión gratuita si [hemos tenido], acá y en el mundo obviamente, pero beneficios económicos extras definitivamente no. Con la prensa nos damos a conocer más y la gente llega con el periódico solicitando una pieza en particular". Por el contrario Gladis Obando, nos comenta: "[Los premios obtenidos han traído beneficios] si, incremento en las ventas, publicaciones en revistas especializadas, en periódicos nacionales y entrevistas en la televisión nacional básicamente". Se puede considerar que la diferencia en el aspecto económico y provecho en ventas a raíz de los premios, entre estas dos empresarias, subyace en la obtención de una certificación que marca la diferencia en actitud y compromiso empresarial. Sin embargo, es importante rescatar la prensa y publicidad gratuita obtenida por todos los empresarios. Esta prensa gratuita se convierte en una herramienta esencial, aunque accidental, en el plan de promoción de las empresas.

## **Conclusiones Expertos**

### **Pertinencia de un proceso de certificación en diseño de Pasto**

Todos los expertos encuestados consideran pertinente la implementación de un proceso de certificación en diseño de Pasto y señalan que es base importante para la competitividad. Los encuestados a su vez señalan aspectos importantes dentro del proceso de certificación para un sector como el diseño, por una parte Wilian Rosero sostiene que: "...las empresas que certifican procesos en los cuales esta involucrado el diseño, tienen que establecer controles que les permita evaluar esos diseños". Fidel Díaz comenta: "Siempre la identidad a nivel cultural y a nivel comercial es muy importante. Hoy en día estamos viviendo un mundo



y una sociedad que identifica marcas y las marcas se hacen no sólo por la inversión que tienen los negocios, sino por la calidad en los procedimientos y la calidad final en los productos y servicios”. Gladis Obando señala que un proceso de certificación del diseño de Pasto abriría más puertas... “en el resto del país y también a nivel internacional”.

### **Otros procesos de certificación disponibles en el mercado**

Los procesos de certificación que conocen los expertos son la ISO y Hecho a mano, los cuales son certificaciones de calidad, ellos han preparado sus empresas para que llegado el momento sea más fácil su implementación, el nivel de especialización que requieren estos procesos obligan a que se contraten personal especializado como algunos de los entrevistados, su preparación les permite aplicar su metodología a cualquier tipo de empresa.

### **Facilidades y/o dificultades para acceder a un proceso de certificación**

Las facilidades de los procesos de certificación, existen, cuando varios empresarios se reúnen por medio del Sena, Artesanías de Colombia, Cámara de Comercio, e Icontec. Para que su costo disminuya razonablemente y el proceso sea más rápido y menos complicado. Al respecto Gladis Obando nos dice: “Directamente con ICONTEC aproximadamente 30 millones de pesos por sello, en el caso de la adquisición del sello por parte de ARTESANIAS DE COLOMBIA por convenio es un aporte representativo por parte de los artesanos aproximadamente de 30 mil pesos las otras dos partes las colocaban Icontec y Artesanías de Colombia definitivamente tenía que lograr este valor y ese subsidio se calcula en más de 6 millones de pesos por parte de estas entidades”. Todos los procesos de certificación son costosos, esto

hace que la mayoría de empresarios no puedan acceder a la certificación de sus empresas, pero todos tienen una mentalidad positiva frente a los procesos de certificación y son conscientes que no es un gasto sino una inversión para sus negocios. Los expertos nos relatan que todos los procesos de certificación son positivos a la hora de mejorar la estructura de la empresa y además son una inversión y no un gasto para la empresa. Al respecto nos comenta Fidel Díaz “Todo lo que sea investigación y desarrollo tiene su costo, no en el sentido de gasto, sino de inversión. Una inversión que en el futuro retribuya positivamente para cualquier organización.” Además podemos concluir que los costos son muy elevados como nos comenta Giovanni Carvajal “Depende del número de procesos y de la manera en que este organizada, el proceso de documentación y organización lo realiza la empresa misma, y las auditorías de verificación cuestan aproximadamente un millón el día de auditoría, más el transporte y estadía del auditor.”

### **Beneficios de los procesos de certificación**

Los expertos entrevistados relatan que los beneficios de un proceso de certificación de diseño son los mismos que los de certificación de calidad, a pesar de no conocerlo suponen que tiende hacia las mismas exigencias de calidad empresarial. Fidel Díaz comenta, “Primero amplía las posibilidades de mercadeo. Estarían compitiendo a nivel internacional con las mejores. Segundo, implica de alguna manera que hay un reconocimiento al interior de la organización en algo específico y válido a nivel universal. Tercero, la certificación en diseño ha mi modo implica entender que se destaca mucho la innovación y la creatividad dependiendo del entorno regional”. La señora Gladis Obando confía en que, “...nos aumentaría las ventas y los productos podrían subir el valor”. Giovanni Carvajal cree que los beneficios más importantes son,



“Reconocimiento, identificación de prioridades y fijación de objetivos de calidad, Una cultura de enfoque hacia el cliente”.

### **Valores de los Procesos de certificación**

Lo principal es contar con la voluntad y compromiso del empresario y cada uno de los trabajadores que van a participar en el proceso de selección, es la observación general de los encuestados, el ingeniero Geovanny Carvajal dice “el procesos de documentación y organización lo realiza la empresa misma” la agilidad del proceso de certificación es en gran parte responsabilidad del empresario ya que es el quien tiene que dotar de la información necesaria al ente certificador”. Fidel Díaz dice que la certificación “...lo que busca finalmente es que esta institución, todo lo que haga lo haga desde el punto de vista de la excelencia”, otra apreciación acerca del procedimiento de certificación es la dada por el señor Wilian que concluye que “Un proceso de certificación es el conjunto de activi-

dades que la empresa implementa para mejorar los procesos o servicios que permitan brindar productos o servicios de calidad al cliente”.

### **Costos, mecanismos y tiempo promedio de los procesos de certificación**

Se puede concluir que los costos de todas las certificaciones son amplias, pero el valor se ve retribuido en un determinado tiempo y mas que un gasto es una inversión para la empresa. El tiempo de certificación debe ser relativamente corto por todos los procesos que tiene que pasar las empresas que quieran ser certificadas, no tiene que exceder un máximo de un año como nos comenta Giovanni Carvajal” No debe tomar mas de un año por que si se pasa es que no esta bien planificada”. Los mecanismos para acceder a los procesos de certificación son variados si se los quiere por grupos de empresas o por lo contrario independiente.



## 2. Proceso de Certificación Diseñado en Pasto

El primer resultado obtenido posterior al análisis de la información documental y la aplicación del instrumento de investigación es el desarrollo de un proceso de certificación en el cual se identifican actividades, actores y resultados. El proceso de certificación también plantea objetivos y principios para el desarrollo de los procedimientos que deben tener en cuenta todos los actores involucrados en el proceso.

### Objetivos de la Certificación

1. Ser un mecanismo para que las empresas regionales adquieran una carácter diferenciador de sus productos ante los mercados nacionales e internacionales.
2. Reconoce el valor de diseño de productos de las empresas manufactureras de Pasto como elemento de identidad.
3. Brindar información confiable a los clientes y consumidores de los productos nariñenses acerca de su creatividad, tradición y conocimiento.
4. Propiciar el mejoramiento de la calidad de los productos diseñados en Nariño
5. Propiciar la aceptación del diseño como factor estratégico en las empresas de la región.
6. Señalar un paradigma de calidad de diseño de los productos diseñados en Pasto.
7. Propiciar el mejoramiento constante del diseño de los productos de la región y su identidad regional.

### Principios de Certificación

A continuación se enuncian los criterios sobre los cuales opera el Sello de Origen Diseñado en Pasto. Estos son elementos valorativos que inspiran la apreciación de las condiciones actuales de la empresa y la evaluación de las características del producto de diseño. Los principios son considerados como una totalidad. No hay entre ellos jerarquía alguna ni se establece predilección de uno sobre otro; ellos se complementan y potencian entre sí en cuanto principios que sirven de base al juicio sobre el diseño.





### **Diseño**

Entendido como la preocupación de la empresa por mejorar sus productos y a la empresa misma con base al diseño y rediseño constante para responder a las inquietudes y necesidades del mercado y a la identidad regional. El diseño no se constata como una dependencia o unidad dentro de la empresa, sino a través de la actitud empresarial y la inserción de esta en el proceso productivo, de mercadeo, de comunicación, y estratégico. Se reconoce como un valor reflejado en los productos de la empresa y la percepción de a empresa en los mercados, debe estar claramente representado en estos a partir de los factores evaluados por el sistema.

### **Equidad**

Expresa de manera directa el sentido de la justicia con que opera el sistema de certificación y de la forma en que se reconoce el valor de toda empresa y sus productos sin importar las características de la empresa. El sistema de certificación se acompaña de un proceso ético de responsabilidad e idoneidad que responden a las necesidades de lo universal apreciados en el contexto nariñense.

### **Transparencia**

Es la capacidad de la empresa para explicitar sin subterfugio alguno sus condiciones internas de operación y los resultados de ella. La transparencia es hija de la probidad y es, a su vez, uno de sus ingredientes fundamentales.

### **Pertinencia**

Es la capacidad de la empresa y sus productos para responder a necesidades del medio. Necesidades a las que la empresa no responde de manera pasiva, sino proactiva. Proactividad entendida como la preocupación por responder al mercado en que se opera, en el marco de los valores que inspiran a la empresa y la definen.

### **Eficacia**

Es el grado de correspondencia entre los propósitos formulados y los logros obtenidos por la empresa y sus productos.

### **Eficiencia**

Es la medida de cuan adecuada es la utilización de los medios de que disponen la empresa para el logro de sus propósitos.

### **Ética**

Los criterios que se acaban de enunciar son una expresión de la postura ética de la Fundación frente al tema de la certificación y, en una perspectiva más amplia, la relación del producto con el entorno de la región que le otorga valor diferenciador a sus empresarios.

## **Procedimiento**

### **Motivación**

Por medio de conferencias informativas, visitas a empresarios y cartas de invitación directa se pretende motivar a los empresarios para que se vinculen al proceso de certificación. Estos mecanismos deben persuadir a los empresarios con base en los beneficios que se obtendrán del Sello, no sólo a nivel económico, sino también a nivel organizacional.

### **Sensibilización**

A través de la Cartilla de Promoción se pretende dar a conocer los aspectos puntuales del Sello de Origen y la fundación que lo administra, de tal forma que el empresario complete la fase informativa y tome la decisión de vincularse al proceso. Como resultado de investigación se presenta más adelante con las características correspondientes.

### **Solicitud**

En esta fase el empresario inscribe su organización dentro del proceso y recibe el apoyo neces-



rio para continuar el procedimiento, como la entrega de los protocolos de autoevaluación y auditoría, guías de autoevaluación, taller de introducción y capacitación, espacios de contacto telefónico y digital para resolver dudas acerca del proceso.

### **Autoevaluación**

Esta fase entrega a la empresa un espacio autorreflexión acerca de la forma en que desarrolla sus procesos de diseño y se adelanta al proceso de auditoría con la herramienta específica para lograr mejores resultados y fomentar la mejoría e sus procesos. Se caracteriza por el autoanálisis y la implementación de estrategias que corrijan situaciones que no se encuentran acordes a los paradigmas impuestos por el Sello.

### **Auditoría**

La Auditoría y pre auditoría son visitas encargadas por el organismo certificador y solicitadas previamente por la empresa en el momento que lo considere necesario. Son desarrolladas por profesionales altamente calificados externos a la Fundación que aplican los criterios de evaluación establecidos en los protocolos y rinden un informe escrito tanto a la empresa como a la Fundación con el ánimo de aprobar o aplazar la entrega del Sello de Origen. Su informe se basa en evaluación cualitativa y entrega recomendaciones para la mejoría continua en la incorporación del diseño en la empresa.

### **Certificación**

Fase final del proceso en la cual teniendo como fundamento el informe del auditor entrega el Sello de Origen Diseñado en Pasto, así como la autorización de uso en sus comunicaciones de la imagen que representa el Sello y su manual de uso.

### **Seguimiento**

Es una fase de acompañamiento para las empresas en la cual se ofrecen asesorías para el apro-

vechamiento de los beneficios del Sello. Recoge la experiencia vivida por los empresarios para corregir o complementar el proceso para los nuevos postulados.

## **Actores**

### **Organismo Certificador**

Dispuesto solamente para los fines de esta investigación como una Fundación sin ánimo de lucro que cuenta con el apoyo de varias entidades oficiales. El organismo certificador es una entidad autónoma sin fines diferentes que los de otorgar el Sello y velar porque el procedimiento se lleve con total transparencia y siguiendo sus propios principios.

### **Empresa solicitante**

Entidad pública o privada del sector manufacturero que tiene su sede de operaciones en la ciudad de Pasto que reconoce el valor del diseño como eje estratégico del funcionamiento de su organización. Pueden ser de distintas dimensiones y sectores industriales, desde empresas unipersonales hasta grandes empresas; desde empresas del sector de la joyería, hasta empresas de mobiliario.

### **Auditor**

Profesional altamente calificado con amplia experiencia en las áreas del diseño. Dispone de un proceso de capacitación particular para ejecutar su misión





### 3. Protocolo de Evaluación

El protocolo de evaluación se convierte en la herramienta central del proceso de certificación en la medida, que a través de él tanto el empresario como el auditor tienen la posibilidad de verificar el cumplimiento de las características establecidas en esta investigación como las que determinan la entrega del Sello de Origen Diseñado en Pasto. El protocolo consiste en un listado de preguntas de profundidad que procuran encontrar en las empresas evaluadas el perfil del diseño que se realiza, así como, la incorporación de las distintas variables del diseño al interior de empresa, y determina en ultima instancia el enfoque regional que sus diseño de productos tienen frente al mercado. El protocolo como herramienta principal de aplicación del proceso de certificación se rige por los parámetros de flexibilidad y precisión, flexibilidad por la capacidad de ser adaptado a distintos tipos de empresas correspondientes a distintos sectores industriales, y precisión por la capacidad de definir concretamente los valores, fortalezas y ventajas de la empresa para su evaluación y calificación. De la misma forma el protocolo de certificación es una herramienta disponible para los empresarios que sirve de pauta para el mejoramiento continuo, permite aclarar los paradigmas establecidos por el Sello y es el mediador en la visita de auditoria. El protocolo responde a los principios de transparencia, pertinencia, equidad, eficiencia y ética, como ejes de su aplicación, evaluación y entendimiento de todos los actores involucrados. El protocolo esta compuesto por un listado de preguntas a los cuales les corresponde un igual número de indicadores de cumplimiento y criterios de evaluación, de la forma que se presenta en el anexo 2 y que sigue la siguiente pauta:

#### A. CREATIVIDAD

A.1. INNOVACION – (5 ítems)

A.2. DISEÑO – (8 ítems)

A.3. COMUNICACIONES –  
(6 ítems)

#### B. TRADICION

B.4. FAMILIA – (4 ítems)

B.5. CONTEXTO – (5 ítems)

B.6. HERENCIA – (4 ítems)

#### C. CONOCIMIENTO

C.7. TRAZABILIDAD – (1 ítem)

C.8. EMPIRISMO – (1 ítem)

C.9. SABER HACER – (1 ítem)

C.10. TECNOLOGIA – (1 ítem)



## 4. Cartilla de Promoción

Como tercer resultado de la investigación se diseña la cartilla promocional “Cartilla para usuarios del sello de origen: Diseñado en Pasto, proceso de certificación”. Esta cartilla tiene como objetivo sensibilizar y motivar la vinculación de las empresas en la adopción del proceso de certificación. Para cumplir con el objetivo se plantea la constitución de una fundación sin animo de lucro que gestione y aplique el proceso resultado de la investigación y adopte esta cartilla como herramienta de promoción. La contenido de la cartilla se divide en los siguientes puntos:

1. ¿Quiénes Somos?
2. Misión
3. Visión
4. Introducción
5. Beneficios del Sello de Origen Diseñado en Pasto
6. Ventajas del Sello Diseñado en Pasto
7. Valores que evalúa el Sello de Origen Diseñado en Pasto
8. Procedimiento ¿Cómo se obtiene el Sello de Origen Diseñado en Pasto?
9. Inversión
10. Contacto

Cabe resaltar que como herramienta de promoción aborda el tema de los beneficios y las ventajas para los empresarios que se vinculen a ella. Los beneficios se entienden como los resultados directos que reciben la empresa a mediano y largo plazo por la adopción del Sello y las ventajas se definen como los diferenciadores con otros procesos de certificación que definen la elección del empresario. En el anexo se encuentra la copia diseñada de la herramienta, sin embargo se transcribirá aquí la información correspondiente a beneficios y ventajas.

### Beneficios del Sello de Origen Diseñado en Nariño

1. Otorgar un distintivo especial que presente atributos característicos y constantes del diseño de la ciudad de Pasto.
2. Determinar si la producción y los productos diseñados en la ciudad de Pasto se esta haciendo con los parámetros del mercado.
3. Promover y resguardar la autenticidad y originalidad de los productos de Pasto.



4. Brindar a clientes y consumidores garantía de la procedencia de los productos, creatividad, conocimiento y su tradición.
5. Se convierte en una ventaja competitiva de acceso a mercados.
6. El Sello de Origen busca un reconocimiento y posicionamiento en los mercados internacionales de la identidad regional representada en el diseño de productos.

### **Ventajas del Sello de Origen**

1. Posicionar un diferenciador para la exportación de los productos que ostentan el Sello, ofreciendo ventajas para la apertura de nuevos mercados, valor agregado a los productos diseñador en la región y respaldo al comprador en cuanto al diseño del producto adquirido.
2. Difusión en medios masivos, eventos y ferias internacionales del Sello de Origen y por ende de las empresas que han completado el proceso de certificación.
3. Campaña de difusión para los empresarios además de la participación en rondas de negocios y misiones comerciales internacionales.
4. Unión con otras organizaciones y organismos para comunicar la importancia del Sello de Origen DISEÑADO EN PASTO.



## 5. Curso de Introducción y Capacitación

El último resultado es la programación de un curso de introducción y capacitación acerca del proceso de certificación. Este curso se realiza como parte del proceso de solicitud y responde a las necesidades de apropiación del procedimiento, así como busca a aclarar cada uno de los aspectos involucrados en la evaluación del protocolo.

### Objetivos

1. Introducir el proceso de certificación Sello de Origen Diseñado en Pasto a los empresarios de la región interesados en obtener el certificado.
2. Exponer las ventajas y beneficios que el proceso de certificación otorga al empresario, así como sus procedimientos, tiempo y costos brindando información completa.
3. Ayudar al empresario a conocer y dominar los aspectos que evalúa el Sello al interior de la empresa.
4. Asesorar al empresario en la identificación de fortalezas y debilidades en los aspectos evaluados por el proceso de certificación.
5. Brindar la información necesaria para que el empresario pueda identificar los documentos de registro y soporte para la autoevaluación y auditoria.
6. Aclarar los criterios de evaluación mediante el cual se entrega el Sello y aquellos que determinan su aplazamiento.

### Contenido

- Modulo 1 (4 horas) - Introducción al Sello de Origen Diseñado en Pasto, descripción, procedimiento, beneficios y ventajas. Otros procesos de certificación.
- Modulo 2 (4 horas) - Contexto regional y tradición manufacturera. Creatividad e innovación.
- Modulo 3 (4 horas) - Diseño, Comunicaciones, Familia, Herencia, Contexto, Trazabilidad.
- Modulo 4 (4 horas) - Empirismo, Saber hacer, Tecnología, documentos de registro y soporte.
- Modulo 5 (4 horas) – Criterios de evaluación, autoevaluación, y simulación de auditoria.

Total 20 horas.



# Conclusiones

1. La implementación de un Sello de Origen Diseñado en Pasto a pesar de no ser una necesidad inmediata para los productores de la región, significa un valor agregado a sus productos que les permite afianzar su condición de origen y presentarla ante el mundo y los mercados como un elemento positivo de identidad, que genera atención del cliente, aporta crecimiento en la cultura empresarial, especialmente en el enfoque de diseño, y refuerza el discurso de venta de los productos.
2. Como gestión de diseño la configuración de un organismo certificador autónomo que adelante los procedimientos producto de esta investigación se convierte en una respuesta a la voz de instaurar una entidad que fije parámetros y paradigmas en el diseño y sirva de soporte y guía para su promoción dentro de la cultura de las organizaciones y viabiliza la implementación de un modelo empresarial más amplio y acorde a los retos contemporáneos del capitalismo, que con una visión social busca promover e incentivar causas que refuercen los valores humanos. En este caso el diseño se configura como un valor humano por cuanto su respuesta formal, funcional, tecnológica e integradora de todos los procesos.
3. El proceso de certificación producto de esta investigación responde a los lineamientos establecidos por otros procesos de estas características y adquiere una fortaleza por el componente de diseño que aborda, en este sentido, ofrece al empresario una opción mas de certificación empresarial, abre las puertas al mejoramiento continuo en todas las dimensiones de una empresa, y específicamente aquellas que tienen una relación con el diseño de productos. A nivel regional ofrece un aporte al empresario que aun no alcanza por distintos motivos otros procesos de certificación convirtiendo se en un escalón para alcanzar los demás procesos dado su nivel de complementariedad. Llegamos a la época en que las empresas que pueda contar con distintos sellos de certificación ganan mayor respeto frente a los mercados, la competencia y los clientes, se demuestra a través de la certificación el nivel de cultura organizacional y de crecimiento de sus empleados y por lo tanto de los productos que vende.



# Recomendaciones

1. La iniciativa planteada por esta investigación requiere de dos componentes vitales para su puesta en practica, por una parte la realización de pruebas piloto que permitan confrontar la teoría con la realidad para acercar el Sello a los empresarios, y un proceso de validación social que comprometa al organismo certificador, a las empresas, a los mercados y a la sociedad en general a respaldar la iniciativa con el fin de alcanzar los objetivos pretendidos. Los procesos de certificación no son mecanismos aislados de evaluación unilateral, por el contrario son construcciones en colectivo que con el paso del tiempo le van aportando su legitimación y respeto.
2. La ciudad de Pasto y la región de Nariño requieren de espacios de autoreconocimiento y autovaloración de sus productos culturales, bien sean estos empresas, productos, profesionales, empleados, gerentes, bienes materiales e inmateriales, que gracias a la fuerza de su tradición se diferencian del mundo entero. Esta diferenciación convertida en factor clave de éxito podrá otorgarle a pasto y a Nariño riqueza en lo económico, y a su vez riqueza en lo cultural.



# Bibliografía

1. BARRERA, Gloria Stella y QUIÑÓNEZ, Ana Cielo; Conspirando con los artesanos: crítica y propuesta al diseño en la artesanía; Editorial Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 2006.
2. GRANDA, Osvaldo; Notas sobre el arte en Pasto en el siglo XIX; Editorial Universidad de Nariño, Pasto, 2000.
3. ZARAMA VASQUEZ, Germán; Sombras y Luces del Carnaval de Pasto; Editado por el autor, Bogotá, 1999.
4. ENCUENTRO NACIONAL DE INVESTIGADORES; Que Es El Diseño Hoy –El Proceso Del Diseño. Edición Vol. 1. Año 2004. Págs. 321
5. ECODISEÑO. INGENIERIA DEL CICLO. Ingeniería Del Ciclo De Vida Para El Desarrollo De Producto Sostenible. Vol. 1. Año 2004. Págs. 215
6. GUIA CREATIVITY. El Diseño, La Comunicación y La Gestión Empresarial. Año 1999. Págs. 320
7. BURDEL Bernahard E; Diseño: Historia, Teoría Y Práctica Del Diseño Industrial. Vol. 1. Año 2002. Págs. 311
8. RODRIGUEZ M Gerardo. Manual D e Diseño Industrial. vol. 1. Año 1995. Págs. 420
9. FIELL Charlotte. Diseño del Siglo XX. Vol. 1. Año 2000. Págs. 288
10. ASOCIACIÓN COLOMBIANA PARA EL AVANCE DE LA CIENCIA. Importancia de la implementación de un sistema de gestión de calidad. Edición No.2. Bogotá: Editorial el mal pensante S.A. Año 2007. Págs. 70
11. INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TECNICAS Y CERTIFICACIÓN. Icontec Internacional. [www.icontec.org.co](http://www.icontec.org.co). Agosto 15 de 2007
12. MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL, CONCEJO NACIONAL DE ACREDITACIÓN. El Sistema Nacional de Acreditación de Colombia. [www.cna.gov.co](http://www.cna.gov.co). Agosto 22 de 2007
13. SECRETERIA DE ECONOMIA DE MEXICO. Hecho en México. [www.hecho-en-mexico.com.mx](http://www.hecho-en-mexico.com.mx) . Marzo 17 2007
14. GONZALES Tito S. dificultades en la certificación normas de calidad ISO. [www.monografias.com](http://www.monografias.com). Agosto 25 de 2007



# Anexos

1. Entrevistas y resultados de instrumento de investigación
2. Protocolo de evaluación de Empresas
3. Cartilla de Promoción